

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ЭЛЕКТРОННЫХ СПАМ-ПИСЬМАХ

В.В. Фенина

Аннотация. Представлен прагмалингвистический анализ электронных спам-писем, а именно использование в спам-письмах различных приемов речевого манипулирования. Эмпирическим материалом исследования послужили электронные письма, автоматически отфильтрованные серверами Mail.ru и Rambler.ru как спам. При этом отбирались спам-сообщения, эксплуатирующие тему финансов, поскольку данная тема составила большую часть рассматриваемого трафика спама. Спам-письма рассматриваются в статье как разновидность речевого жанра «электронное письмо», выявляются его отличия от жанра рассылки. Использование речевой манипуляции в спам-письмах определяется как жанрообразующая составляющая спам-писем, внутри которой выделяется ряд типичных манипулятивных приемов. Последние подразделяются на две группы: манипулятивные речевые приемы, использующие в качестве инструмента манипуляции прагматические характеристики спам-писем (приемы интимизации и диалогизации, прием «нагруженного» языка), и манипулятивные речевые приемы, основным инструментом которых является тематическое содержание (описание способов зарабатывания «легких» денег, создание автобиографической легенды о финансовом успехе). Приводятся количественные данные о частотности использования анализируемых манипулятивных речевых приемов авторами спам-писем, а также обсуждаются результаты лингвистического опроса о восприятии пользователями электронной почты спам-писем. С одной стороны, выявляется степень распознавания спам-писем в целом, с другой стороны, идентифицируются речевые приемы, оказывающие наибольшее манипулятивное воздействие на адресатов спам-писем.

Ключевые слова: речевая манипуляция; манипулятивный речевой прием; речевой жанр; электронное письмо; спам-письмо.

Введение

Современная электронная коммуникация с ее различными формами (начиная с уже традиционного e-mail и заканчивая сообщениями в социальных сетях и мессенджерах) давно стала привлекательной средой для распространения спама: по статистике за третий квартал 2016 г. доля спама в российском почтовом трафике составила 62% [1].

Явление спама исследуется учеными в различных аспектах: с точки зрения электронных технологий и информатики, теории рекламы, лингвокультурологии, лингвоэкологии, виртуального жанроведения [2–6]. Не менее актуальным и востребованным на сегодняшний день остается прагмалингвистический аспект, в частности использова-

ние в спам-письмах различных приемов речевого манипулирования с целью определенного воздействия на адресата [7, 8].

В самом общем виде спам – это массовая рассылка коммерческой и иной рекламы или подобных коммерческих видов сообщений лицам, не выразившим желания их получать [9]. Интернет-ссылки, содержащиеся в тексте спам-сообщений, как правило, ведут на какой-нибудь красочный сайт, где под видом бесплатных курсов, книг и прочих товаров и услуг у пользователя выманивают номера телефонов, e-mail либо предлагают купить ненужную продукцию. Субъекты, занимающиеся рассылкой спама, нацелены также на то, чтобы как можно больше пользователей посетило их сайт, перейдя по ссылке и подтвердив тем самым существование и активность своего почтового ящика. При этом лица, рассылающие спам-письма, стараются не обнаружить своих истинных целей, для этого они применяют различные манипулятивные тактики и приемы, направленные на введение адресата в заблуждение и формирование у него желания, во-первых, прочесть письмо, во-вторых, перейти по указанной ссылке, в-третьих, совершить дальнейшие действия на соответствующем сайте. Таким образом, спам-письма как бы «мимикрируют» под жанр обычного электронного письма, используя его тематику, композицию и стиль, преследуя при этом рекламные или мошеннические цели.

Цель данного исследования – выявить и рассмотреть речевые приемы манипулирования в электронных спам-письмах, применяемые авторами текстов данных писем, а также проанализировать результат манипулятивного речевого воздействия на получателей электронных спам-писем, другими словами, исследовать иллюкативный и перлокутивный аспекты электронных спам-писем.

Модель анализа и материал

Речевая манипуляция, как правило, нацелена на то, чтобы вызвать у адресата то или иное ответное действие в интересах отправителя сообщения, но не обязательно совпадающее с интересами адресата. По мнению В.Е. Чернявской, «речевая манипуляция есть речевое воздействие, направленное на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий; скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения. Цель речевой манипуляции – склонить манипулируемое лицо (адресата) к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов» [10. С. 19]. Речевая манипуляция реализуется посредством определенных манипулятивных речевых тактик – «речевых действий, направленных на скрытое внедрение в сознание адресата це-

лей и установок, побуждающих его совершить поступок, выгодный манипулятору» [11. С. 49], а также манипулятивных приемов – «способов построения высказывания, реализующих ту или иную манипулятивную тактику» [Там же].

Исследователи отмечают ряд речевых приемов манипулирования, используемых авторами высказываний для управления адресатом на лексическом, грамматическом, фонетическом и синтаксическом уровнях, например эвфемизация, использование метафор, невыраженность субъекта речи, интимизация сообщения, прием эмоционально «нагруженного» языка, опора на стереотипы и авторитет и др. [10, 11]. Однако, по мнению Е.В. Денисюка, не существует специфических *манипулятивных* приемов. Речевые высказывания приобретают характер манипулятивных, будучи помещёнными в контекст употребления. По его мнению, отсутствие специфических речевых тактик и приемов манипулирования является изначальной причиной «незаметности» манипуляции для манипулируемого [12].

Вслед за О.В. Лутовиновой мы рассматриваем спам-письма как разновидность речевого жанра электронного письма – «анонимную массовую рассылку корреспонденции адресатам, не желающим ее получать» [6. С. 191]. *Спам* как речевой жанр следует отличать не только от собственно электронного письма, но и от так называемых честных *рассылок* рекламного и информационного характера – инструмента электронного маркетинга [3]. Подобные *рассылки* также нацелены на массового адресата, однако в этом речевом жанре, во-первых, автор-отправитель всегда указывает свое настоящее имя и, во-вторых, адресат сам изъявляет желание получать письма от этого отправителя в результате добровольной подписки, например на интернет-сайте (хотя впоследствии *рассылки* могут стать нежелательными сообщениями и перейти в разряд *спама* для конкретного пользователя), кроме того, в *рассылке* всегда заложена опция «отписаться». Ни личностно-ориентированное *электронное письмо*, ни *рассылка* не предполагают использования манипулятивных речевых приемов, так как в них коммуникативная цель не скрывается специально автором сообщения. Напротив, необходимость использования манипулятивных приемов является отличительным речевым признаком *спам-писем*, что обнаруживается, например, при разложении данного жанра на простые коммуникативные действия по методу семантических примитивов А. Вежбицкой:

- (1) хочу, чтобы ты сделал нечто;
- (2) говорю это, потому что хочу, чтобы ты сделал это;
- (3) знаю, что это может быть тебе вовсе не нужно;
- (4) говорю это так, чтобы оно могло привлечь тебя;
- (5) знаю, что ты можешь не сделать этого, потому что не обязан это делать;

(6) не знаю, сделаешь ли ты это, потому что знаю, что подобные предложения тебя уже, скорее всего, раздражают;

(7) надеюсь, что ты сделаешь то, что я хочу [13. С. 173].

В данных семантических примитивах явно прослеживается коммуникативное доминирование автора высказывания (*хочу, чтобы ты сделал нечто; надеюсь, что ты сделаешь то, что я хочу*), перед которым стоит задача не только реализовать свою коммуникативную цель (например, продать товар сомнительного качества), но и постараться «завуалировать», скрыть истинную цель от адресата, а для этого автор использует определенные речевые средства, вводящие адресата в заблуждение (*говорю это так, чтобы оно могло привлечь тебя*). Автор спам-сообщения отдает себе отчет в том, что он нарушает интересы своего адресата (*знаю, что это может быть тебе вовсе и не нужно*), а также в том, что если бы он говорил честно и открыто о своих целях, то вряд ли адресат согласился бы на желательные для автора ответные действия. Таким образом, автор спам-письма прибегает к речевой манипуляции.

К коммуникативным целям (или интенциям) авторов спам-писем, которые обычно скрываются в ходе манипулятивного воздействия, относятся следующие: реклама товаров и услуг, раскрутка сайта, незаконные продажи, засылка троянов, сбор информации о пользователях; выманивание у адресата небольших сумм денег под предлогом обещания поделить крупным наследством – стратегия, известная под названием «нигерийские письма»; выманивание у адресата личной секретной информации – «фишинг»; воздействие на эмоциональную, духовную, подсознательную и бессознательную сферы сознания адресата – «письма счастья» [9]. В целом реализация всех коммуникативных целей спама предполагает использование тех или иных приемов речевого манипулирования.

Нам представляется, что глобальной практической (но скрытой) целью электронных спам-писем является продажа / реализация товаров и услуг сомнительного качества, данная цель реализуется автором спам-сообщения с помощью конкретных манипулятивных речевых приемов. Ответная реакция адресата спам-письма, как правило, выражается невербально: в зависимости от того, распознал адресат манипулятивные приемы отправителя спама или нет, он может либо осуществить переход по гиперссылке внутри письма или скачать вложенный файл, либо удалить письмо в «корзину», маркировать как «спам», отписаться от рассылки при наличии данной опции, пожаловаться на спам посредством перехода по указанным ссылкам в конце сообщения.

Таким образом, интенциональная структура спам-писем обнаруживает две противоположные установки. С одной стороны, автор-отправитель спам-сообщения глобально нацелен на то, чтобы как мож-

но больше адресатов-получателей как минимум перешли по указанной в письме ссылке, а как максимум совершили дальнейшие действия по приобретению товара или услуги. С другой стороны, типичной установкой адресата-получателя являются распознавание спам-сообщений и избавление от них. Рассылка и чтение спам-писем – образец крайне «некооперативного» общения, когда каждая из сторон коммуникации неизбежно совершает коммуникативную неудачу: в одном случае автор спам-сообщения, если его манипулятивные приемы не сработали и письмо удалено как спам, в другом случае – получатель, если он поддался на манипулятивное воздействие и совершил действия, желательные для автора сообщения.

Интернет-сообщество и разработчики информационных технологий активно борются с распространением спама, который вызывает у большинства пользователей раздражение и отнимает много времени. Сегодня на многих серверах, содержащих ящики электронной почты, существует система фильтрации спама, которая автоматически переводит подозрительные письма в папку «спам». Например, сервер Mail.ru маркирует входящие электронные письма как спам, руководствуясь следующими критериями (здесь мы указываем собственно лингвистические критерии):

- определенная тематика сообщения: материалы только для взрослых и схемы быстрого обогащения;
- маскировка под автоматический ответ сервера и системные уведомления (например, о том, что сообщение не доставлено из-за недействительного адреса электронной почты);
- подозрительные правописание, форматирование и вложения;
- пользователь сам однажды указал, что письмо является спамом [14].

Однако создатели спам-рассылок (спамеры) прибегают к новым, все более изощренным языковым и техническим приемам, направленным на то, чтобы, с одной стороны, обойти системы фильтрации и заставить письмо проникнуть в папку «Входящие», с другой стороны, ввести в заблуждение пользователя путем «завуалированной» формулировки темы или текста письма, вовлекая его тем самым в свои мошеннические схемы.

Спам-письмо обычно состоит из следующих речевых компонентов: имени отправителя с указанием e-mail адреса (как правило, вымышленного), имени и e-mail получателя, темы письма (заголовка), обращения, основного информационного сообщения, гиперссылки, заключительной подписи.

Эмпирическим материалом настоящего исследования послужили 150 спам-писем, полученных автором и его коллегами в электронные почтовые ящики и автоматически отфильтрованных серверами Mail.ru

и Rambler.ru как спам в период с 21 октября по 5 декабря 2016 г. Мы отбирали спам-сообщения, эксплуатирующие только тему финансов (упоминания денежных сумм, заработка и т.п.), поскольку данная тема составила большую часть трафика спама (примерно 60%) в трех электронных почтовых ящиках. Очевидно, спамеры в период экономического кризиса выбирают данную «наболевшую» тему как наиболее успешную для реализации манипулятивных коммуникативных приемов. Тот факт, что спамеры делают ставку на проблему кризиса, иногда прямо отражен в темах спам-сообщений, например: *Как с нуля за 1 месяц заработать на квартиру-студию без вложений и ипотек, используя кризис* (все речевые примеры в статье приводятся с сохранением авторской орфографии, пунктуации и графики).

Исследование и результаты

В исследуемом материале мы выделили 11 типичных речевых приемов электронных спам-писем, которые, по замыслу спамеров, должны вызвать положительную ответную реакцию пользователя, следовательно, оказать на него манипулятивное воздействие. Следует отметить, что мы не рассматривали лингвистические приемы типа намеренного искажения правописания, так как они не являются манипулятивными по отношению к адресату, а служат в основном для обхода систем спам-фильтрации.

Мы распределили проанализированные манипулятивные речевые приемы по двум группам. В первой группе приемов инструментом манипулирования служат в основном прагматические характеристики речи, такие как отношение автора к адресату, коммуникативная цель, особенности организации высказывания, модус сообщения, акцентуация смыслов, стилистическая окрашенность и т.п.; в основе второй группы речевых приемов лежит их когнитивная (тематическая) составляющая, инструментом манипулирования выступает определенный тип информации.

Рассмотрим вначале группу манипулятивных речевых приемов с прагматическими инструментами манипулирования:

1. Прием интимизации, проявляющийся в демонстрации дружеского, внимательного, уважительного отношения к получателю письма, создании эффекта доверительного общения. Пользователь вводится в заблуждение, например, тем, что к нему обращаются по имени или нику электронной почты, кроме того, в тему письма перед основной фразой вставляется «Re:», означающее, что данный пользователь уже состоит в переписке с отправителем письма и, следовательно, может доверять его содержанию. Характерно использование специальных формул или фраз типа *‘лично для’*, *‘ответ на Ваш запрос’*, а также этикет-

ных формул приветствия и прощания, подчеркивающих личный адресный характер письма, якобы не рассчитанного на массового адресата, например: *re: Рабочая ссылка внутри (лично для fenirom@rambler.ru); С уважением, Ваш друг Андрей*. Сближению с определенной аудиторией способствует употребление жаргонных слов и выражений: *Поднимай на спортивных ставках от 2000 железных в день!* Эффект доверительного общения поддерживается также за счет «личных» замечаний, оценок, впечатлений автора, которые звучат более уверенно и убедительно, чем простое информирование, например: *У меня получилось получится и у вас!* Стоит, однако, отметить, что сами создатели спам-сообщений весьма небрежно и непоследовательно используют данный прием, допуская явные ошибки, например, не проставляя имя получателя в запланированных местах, тем самым они обнаруживают, что пишут по шаблону: *Чем Вы хуже меня? Все верно, Имя, ни чем Вы не хуже*.

2. Использование императивов и диалогизация спам-письма. Разработчики спама используют большое количество побудительных конструкций и вопросно-ответных единств, рассчитывая склонить тем самым адресата к действиям: чтению письма, переходу по ссылке, действиям на сайте и т.п. При этом императивы носят, как правило, интригующий характер, вызывают любопытство. Особенно активно данная стратегия используется в теме письма и гиперссылках: *Стать миллионером? Запросто! Смотрите этот видеокурс; >>>>> Нажмите тут, если стремитесь победить; Сергей Я не ожидал от Вас такого! А Вы от меня?*

3. Стилизация под официальные сообщения из авторитетного источника. Прибегая к этому манипулятивному приему, спамеры пытаются создать у получателя ложное впечатление, что письмо пришло из какого-либо официального солидного учреждения (например, из банка) или от администраторов сети. Автор спам-письма манипулирует в этом случае привычкой обычных людей доверять авторитетным источникам – людям и учреждениям, имеющим высокий социальный статус, представителям власти. Речевыми маркерами данного приема служат канцелярский шаблонный стиль изложения, использование безличных конструкций, обращение с позиции авторитета посредством местоимения «мы» или указания на статусную должность, сообщение псевдореальных реквизитов, физических адресов, контактных данных и т.п.: *Уважаемый клиент! Перенаправляем Вам отчёт; Средства будут выплачены сервисом на указанный Вами счет; © 2016. Все права защищены. ИП Дмитрий Быков; С уважением, администратор*.

4. Прием «нагруженного» языка (использование эмоционально-оценочных коннотаций, «аффективов»). Создатели спам-сообщений стараются избегать нейтральной тональности текста и для привлечения внимания получателя используют разнообразные стилистические приемы, такие как риторические вопросы, положительно оценочные

эпитеты, повторы, метафоры, сравнения, прецедентные имена, крылатые фразы, а также варьируют использование разговорной, жаргонной, литературно-художественной, официально-деловой лексики в рамках одного сообщения. Приведем примеры: *Вам ~~нужно~~ ~~проходить~~ ~~путь~~ в ~~тысячи-километров~~, т.к. ~~этот~~ ~~путь~~ будет ~~пройден~~ по этой ссылке; Вы ~~все-непременно~~ станете успешными; Пока вы читаете, кто то ~~колотит бабосы~~!; Это элементарно, **Ватсон**!* Характерно также использование «аффективов» – эмоциональных усилителей, адресованных ценностным установкам аудитории [15], т.е. эксплуатирование абстрактных понятий без указания их точного смысла; это делается с целью придания высказыванию большего пафоса, апелляции к высшим духовным ценностям адресата, чтобы тем самым блокировать его рациональное мышление. Например, создатели спам-сообщений убеждают адресата в необходимости обретения финансовой независимости в условиях современной жизни, давят на чувство собственного достоинства, которое не позволяет быть хуже других; бедности, пассивности, лени, зависимости противопоставляются успех, активность, богатство, свобода, безграничные возможности: *Вы – **решающая сила** всего происходящего с Вами; Начните действовать прямо сейчас, **ваша жизнь находится в ваших руках**.*

5. Прием гиперболизированной вежливости. Многие спам-письма содержат этикетные формулы приветствия и прощания, обычно употребляемые в личной и официально-деловой переписке, типа *Добрый день! С уважением* и т.п. С одной стороны, некоторые спамеры намеренно используют дополнительные или более креативные формулы вежливости, очевидно, для выражения особого внимания к адресату и придания себе положительных качеств в глазах аудитории: *Как Ваше настроение? Надеюсь, что все у Вас отлично; Спасибо и удачи в дальнейшем.* С другой стороны, значительная часть спама не содержит вообще никаких формул вежливости или они используются неграмотно и небрежно. Так, в исследуемом материале нам встретился ряд несуразных выражений с тавтологией и смешением стилей, которые вызвали бы подозрение и усмешку, пожалуй, даже у малообразованного человека, например: *Желаем **успехов**, агентство "**Успех**"; **Здравствуй** **премногууважаемый** (-ая).* Крайне редко встречаются спам-письма, где авторы извиняются за возможный спам и предлагают отписаться от их рассылок: *Если Вы считаете, что это не Ваше, то **просто** **Отпишитесь*** (мы не учитывали гиперссылку «отписаться», которая прикрепляется почти к каждому письму автоматически).

6. Акцентирование ограниченных условий для обретения денежных средств. В этом случае спамеры манипулируют желанием человека, с одной стороны, чем-то выделиться из толпы, попасть в круг «избранных», с другой стороны, желанием успеть воспользоваться выгодным предложением (скидкой, дефицитным товаром и т.п.): *Данный*

материал будет закрыт для обычных пользователей; Поделюсь секретом **только с тобой**; Турфирма «TOUR-FEST» объявляет **срочный ограниченный набор сотрудников**; **Место в команде**, для вас [fenirom@rambler.ru] **Еще Свободно..**

7. Прием мистификации – использование интригующих, мистифицирующих заголовков, фраз с предложением узнать ответ на вопрос и все подробности в тексте письма или по указанной ссылке, например: *Обычный парень Иван Чернов Разбогател в обеденный перерыв! Хотите узнать КАК? >Переходите по указанной ссылке<; Как получить 500 742 рублей? Узнать подробнее – <http://femida3.ucoz.site/uwdhie.htm>*. В основе данного речевого приема лежит расчет спамеров на простое человеческое любопытство, которое и заставляет адресата открывать письмо и переходить по гиперссылке.

Следующие четыре речевых приема используют в качестве инструмента манипулирования определенное тематическое содержание:

8. Описание способов зарабатывания «легких» денег. Применяя данный прием, авторы спам-писем сообщают о различных методах заработка, например, посредством удаленной работы в Интернете, снятия больших процентов с финансовых вложений или продаж, открытия своего бизнеса в Интернете и т.п. При этом выдвигаются такие преимущества заработка, как, с одной стороны, простота, удобство, быстрота, минимум затраченного времени, результативность, доступность для всех, реальность возможностей, надежность и авторитетность источника, стабильность и высота дохода; с другой стороны, честность и легальность заработка, отсутствие предварительных вложений: *Эффективный метод заработка от программиста с пятилетним опытом для простых людей; Ведущая авиакомпания набирает сотрудников. Доход от 4679 р. в день; Легальный способ зарабатывать достаточно для хорошей жизни*. С помощью данного приема спамеры, по-видимому, манипулируют не столько теми людьми, которые находятся в тяжелом финансовом положении и «хватаются за любую соломинку», сколько теми, кто хочет обогащаться, не прикладывая никаких усилий, и при этом соблюсти (или обойти!) государственные и нравственные законы, т.е. играют на таких человеческих слабостях, как страсть к деньгам, лень, доверчивость и т.п.

9. Сообщение о денежном выигрыше, вознаграждении, например: *Вы выиграли! Свяжитесь со службой поддержки; Перевод на 8 000 RUB -9699257.COM; Ваш бонус вас ждет!* Используя данный прием, спамеры, очевидно, ориентируются на тех людей, которые верят в свою удачу, судьбу, счастливый случай. Как правило, при внимательном изучении содержания письма оказывается, что получатель должен выполнить определенные условия, предлагаемые отправителем спам-сообщения.

10. Создание автобиографической легенды о финансовом успехе. Автор спам-сообщения пытается войти в доверие к получателю письма через изложение якобы реального практического опыта конкретного человека: *Меня зовут Павел, на данный момент мне 29 лет. Несколько месяцев назад я был простым офисным работником. А вот недавно моя жизнь полностью поменялась. Я начал получать хороший заработок и на данный момент мне незачем пахать на злого шефа.* Автор спам-письма позиционирует себя как успешного, опытного человека, обретшего финансовую независимость и «бескорыстно» желающего раскрыть ценную информацию о способе зарабатывания денег тем, кто еще живет в бедности. В строке отправителя указывается псевдо-личное имя или псевдоним компании, как правило, простые, благозвучные или оригинальные слова (например, *Геннадий Шарапов, Андрей Письмиченко, Владимир, JanessaUlrica, Цветана Никифоровна, Группа Успеха*).

11. Описание автором письма успешного решения насущной финансовой проблемы. В этом случае спамер сначала перечисляет стандартные финансовые проблемы адресата типа необходимости избавления от кредитов, покупки квартиры или отдыха в экзотических странах, которые предлагается решить законным способом и в кратчайшие сроки: *Как разобраться со своими долгами раз и навсегда?; Как за два месяца уволиться с работы и переехать жить в Таиланд?* Далее рекомендуется специальный курс или книга, которые необходимо скачать по указанной в письме ссылке, либо перейти на сайт, где излагаются все подробности. В строке отправителя указывается обычно не личное имя, а псевдоним компании, которое, очевидно, должно вызвать у получателя впечатление авторитетного источника (*Академия Заработка, Школа Успеха, Колледж Интернет-Бизнеса*).

Как правило, спамеры в каждом конкретном случае используют комбинацию манипулятивных речевых приемов, по-видимому, в расчете на то, что какой-нибудь из них «сработает». При этом заголовки (темы) спам-сообщений несут особый прагматический «заряд», выполняющий коммуникативное задание по заманиванию адресата, так как тема сообщения – это первое, на что обращает внимание получатель, и именно на этой стадии он принимает решение: открыть и прочитать сообщение или удалить его как спам. Рассмотрим, например, такой тематический заголовок спам-письма: *Добрый день. Я получаю 10 000 р. в день без труда, чем же Вы хуже меня?* Создатель данного текста привлекает адресата с помощью одновременно нескольких приемов: во-первых, акцентированной вежливости (*Добрый день*), во-вторых, описания «легких» денег (*10 000 р. в день без труда*), в-третьих, приемов интимизации и диалогизации (задает вопрос, обращается к адресату на «Вы», делится «личным» опытом заработка), в-четвертых, он использует

ет аффективы, манипулируя социально-психологическими ценностями большинства (надо быть «не хуже других», надо быть богатым и успешным); наконец, в совокупности эти речевые приемы придают особую эмоционально-оценочную тональность сообщению (высказывание звучит «уверенно» и «слегка надменно»).

Как показывает наш материал, частота использования манипулятивных приемов в спам-письмах распределяется следующим образом (табл. 1). Наиболее частотными оказываются: (1) прием использования императивов и диалогизация, применяемая в 44% спам-сообщений, (2) описание способов зарабатывания «легких» денег, обнаруживаемое в 43% спама, и (3) прием мистификации. Реже всего авторы текстов спам-писем прибегают к приемам создания автобиографической легенды о финансовом успехе (4%) и сообщения о денежном выигрыше (3%).

Таблица 1

Частотность использования манипулятивных речевых приемов в спам-письмах

№ п/п	Манипулятивный речевой прием	Частотность использования, %
1	Использование императивов и диалогизация спам-письма	44
2	Описание способов зарабатывания «легких» денег	43
3	Прием мистификации	36
4	Прием «нагруженного» языка (использование эмоционально-оценочных коннотаций, «аффективов»)	20
5	Прием интимизации	19
6	Стилизация под официальные сообщения из авторитетного источника	18
7	Прием гиперболизированной вежливости	11
8	Акцентирование ограниченных условий для обретения денежных средств	8
9	Описание автором письма успешного решения насущной финансовой проблемы	8
10	Создание автобиографической легенды о финансовом успехе	4
11	Сообщение о денежном выигрыше / вознаграждении	3

Чтобы определить перлокутивный эффект данных манипулятивных приемов, т.е. узнать, насколько «успешным» в действительности является их манипулятивное воздействие, мы провели анкетирование среди пользователей электронной почты. Участниками опроса стали 65 мужчин и женщин в возрасте от 17 до 70 лет, представителей различного рода деятельности (студенты, преподаватели вузов, медики, инженеры, офисные работники, пенсионеры). Информантам предлагалось выбрать коммуникативное действие для ответной реакции на восемь тем сообщений, предположив, что эти сообщения поступили на их электронную почту, а также указать причину выбранного коммуникативного действия. Мы намеренно включили в список предложенных тем сообщений два образца из реальной деловой переписки, где также

содержались упоминания о финансах, но в них мы не обнаружили каких бы то ни было манипулятивных приемов: (1) *заработок в интернете*, (2) *доллар*. Информантам не сообщалось, являются или нет предложенные им заголовки писем спамом. Целью опроса было, выявить, во-первых, насколько в целом люди распознают спам-сообщения как таковые уже на уровне темы письма, во-вторых, какой манипулятивный прием чаще всего «срабатывает», т.е. вызывает интерес у получателя и заставляет открывать данное сообщение. Информанты должны были выбрать одно из следующих коммуникативных действий как ответную реакцию на электронное письмо:

- (1) открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием;
- (2) открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием и, возможно, удалю в «корзину»;
- (3) открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием и, возможно, помечу как спам;
- (4) удалю письмо в «корзину», не читая;
- (5) помечу и удалю письмо как спам, не читая;
- (6) не буду ни открывать, ни удалять данное письмо (отставлю в папке «входящие»).

В данных вариантах наиболее ярким свидетельством распознавания спама является реакция (5), тогда как свидетельством непонимания, что перед нами спам, является реакция (1). Однако реакции (1)–(3) указывают на то, что спам так или иначе прочитывается, например, из любопытства или сомнений, даже если человек подозревает, что письмо относится к спаму. Реакции (4)–(6) выражают нежелание получать и читать подобные письма, даже несмотря на «интригующие» заголовки. Всего было получено 520 реакций, из них 390 были реакциями на заголовки 6 спам-сообщений, а 130 – реакциями на заголовки двух сообщений деловой переписки.

Проанализируем полученные результаты. В целом большая часть опрошенных (54% реакций) не открывают и не читают подобного рода сообщения (помечают как спам 25% опрошенных, удаляют в «корзину» или просто игнорируют – соответственно 13 и 12% респондентов), т.е. оценивают их как нежелательную почту. В качестве причины выбора подобной реакции информанты указывали: «обман», «не верю, что это честная деятельность», «я знаю, что это спам», «может быть вирус». Значительная часть респондентов (25% реакций) так или иначе открывают и читают спам-сообщения, хотя, как показывают их комментарии к ответам, почти уверены, что письмо является спамом: «это ловушка», «такого не бывает», «это авантюра – для простаков», «явно это меня не касается». Наряду с этим было выявлено 22% реакций, в которых полученное письмо не воспринимается как спам. Среди объяснительных причин были такие типичные ответы: «возможно, это полезная информация»,

«стало интересно содержание», «не похоже на спам», «это может быть человек, с которым я общаюсь» (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Ответные реакции на спам-письма

Ответное коммуникативное действие адресата спам-письма	Частотность реакции, %
Открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием	22
Открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием и, возможно, удалю в «корзину»	13
Открою письмо, ознакомлюсь с его содержанием и, возможно, помечу как спам	12
Удалю письмо в «корзину», не читая	23
Помечу и удалю письмо как спам, не читая	25
Не буду ни открывать, ни удалять данное письмо (отставляю в папке «входящие»)	6

Что касается двух образцов из деловой переписки, то они не прочитывались и удалялись как спам в 25% случаев, сопровождаясь комментариями типа «не читаю спам», «развод на деньги» и т.п.; 58% реакций свидетельствовали об отсутствии интереса к данной теме или о подозрении на спам (комментарий типа «меня это не интересует», «не доверяю»), а намерение открыть и прочитать такое письмо, не удаляя (реакция (1)), было только у 17% респондентов, которые указывали причины типа «просто ознакомлюсь», «слежу за курсом валют», «из любопытства». Полученные результаты свидетельствуют, с одной стороны, о том, что само упоминание о деньгах, заработке и т.п. реалиях воспринимается как навязывание чего-то ненужного и попытка обмануть, с другой – о том, что многие пользователи электронной почты оказываются неспособными отличить спам-сообщение от обычного письма.

В анкете были представлены темы спам-сообщений с различными манипулятивными приемами, а также с различными их комбинациями, где, как правило, одна тактика является ведущей. Проанализировав полученные данные, мы выявили, что чаще всего «срабатывали» два речевых приема с прагматическим инструментом манипулирования: прием мистификации и стилизация под официальные сообщения из авторитетного источника (см. табл. 3). Так, 8% реакций говорят о том, что опрошенные не сочли бы спамом и открыли бы сообщение с темой «Re [2]: Давайте встретимся. Есть серьезный разговор» от отправителя «Дмитрий», при этом они комментируют свой выбор как «почему бы не встретиться», «возможно это мой знакомый». Очевидно, при чтении подобного заголовка адресат вводится в заблуждение путем создания некой тайны, интриги, у него возникает сразу несколько вопросов: *Кто такой Дмитрий? Мы знакомы? Я раньше отправлял ему письмо? Что он хочет мне сообщить? Может, это что-то важное и нужное для меня?* Желая найти ответы на свои вопросы, адресат от-

крывает и читает письмо. Кроме того, определенную роль играют призыв адресата к действию (использование императива *Давайте*), эмоционально «нагруженная» лексика (*серьезный разговор*), а также создание иллюзии прежних контактов (*Re [2]:*), т.е. интимизация сообщения. Другие 8% реакций информантов свидетельствуют, что адресат открыл бы и прочитал электронное письмо с темой «Уведомление о переводе» от отправителя «Platforma», в качестве причин указывались, например, такие: «вдруг кто-то реально прислал», «нужно узнать о переводе». В данном случае адресат, очевидно, привлекается узнаваемым шаблоном официальных сообщений, которые могут приходиться, например, из банка или другого авторитетного источника, которому он привык доверять. Кроме того, у адресата снова возникает ряд вопросов и предположений: *А не совершал ли я перевод? Возможно, кто-то прислал мне деньги? Возможно, мне перевели деньги по ошибке?* Обращает на себя внимание то, что в обоих случаях в темах спам-писем не содержится прямого упоминания о деньгах (хотя в теме письма речь идет как раз о финансах), что отвлекает получателя письма от мысли, что его хотят обмануть или навязать ненужный товар; письмо как бы «вписывается» в обычную почту. Итак, письмо 3 представляет собой более или менее «успешную» комбинацию манипулятивных приемов (3), (1), (5) и (4), где ведущим является прием (3), в то время как в письме 2 использованы манипулятивные приемы (6) и (3), из которых основным «успешным» оказывается прием (6) (см. табл. 1, 3).

Таблица 3

Частотность реакции получателя «(1)открою письмо и ознакомлюсь с его содержанием» в зависимости от разных типов манипулятивных речевых приемов спам-письма

№ письма п/п	Тема и отправитель спам-письма	Тип манипулятивного приема (№ по табл. 1)	Частотность реакции (1), %
1	От: Андрей Письмиченко Добрый день. Я получаю 10 000 р. В день без труда, чем же Вы хуже меня?	2, 4, 5, 7, 10	1,5
2	От: Platforma Уведомление о переводе	6, 3	8
3	От: Дмитрий Re [2]: Давайте встретимся. Есть Серьезный разговор	3, 1, 5, 4	8
4	От: александр романов Заберитевознаграждение в сумме 25mp. Откомпанииабр	11, 6	1
5	От: businessmonitoring Вот вот данный материал будет закрыт для обычных пользователей	8, 3	1,5
6	От: Институт Бизнеса и Инвестиций Как погасить свои долги перед банками за 1% от их стоимости?	9, 6	2

Остальные четыре темы спам-писем, предложенные в анкете, гораздо чаще распознавались информантами именно как спам, и только небольшой процент реакций опрошенных указывает на желание ознакомиться с содержанием письма (см. табл. 3). Почему использованные в данных спам-письмах комбинации манипулятивных речевых приемов практически не «срабатывали»? По-видимому, применяемые спамерами приемы хорошо распознаются адресатами как таковые, о чем свидетельствуют многие комментарии к ответам, например: «ясно, что реклама и привлечение внимания путем ограничения времени», «корявая попытка привлечь внимание», «разводилово» (комментарии к письмам 5, 6). В других случаях адресаты замечали явные коммуникативные неудачи в текстах сообщений, например неумелое использование приема стилизации под официальные сообщения из авторитетного источника, что видно из комментария к письму (4): «письмо от Александра Романова, а не от компании АВР». Не «срабатывает» и расчет спамеров на человеческие слабости, такие как желание попасть в круг избранных, вера в удачу и «легкие» деньги, о чем свидетельствуют комментарии опрошенных к письмам 1, 4, 5: «без труда не выловишь и рыбку из пруда», «не верю в чудеса», «я обычный пользователь». Эксплуатирование спамерами как можно большего числа манипулятивных приемов также способствовало идентификации письма как спама, и лишь 1,5% реакций было в пользу открытия и чтения такого письма (письмо 1).

Заключение

Как показал анализ эмпирического материала, разработчики спама используют весьма разнообразные и изощренные манипулятивные речевые приемы для привлечения с рекламными или мошенническими целями как можно большего числа людей. Согласно нашим данным в спам-письмах, эксплуатирующих тему финансов, наиболее частотными манипулятивными приемами являются использование императивов и диалогизация, описание способов зарабатывания «легких» денег и прием мистификации. Анкетный опрос, проведенный среди пользователей электронной почты, показал следующее: несмотря на то, что большая часть получателей спам-писем (54%) идентифицируют их как нежелательную корреспонденцию, довольно значительный процент респондентов (22%) принимают спам за личные и нужные сообщения, и наоборот, обычные электронные письма могут восприниматься как спам. Причиной этого может служить, с одной стороны, незнание манипулятивных приемов спамеров, с другой стороны, настороженный подход к трафику электронной почты, особенно к письмам, содержащим упоминание о финансах. Спамерам удается ввести адресатов в заблуждение в основном с помощью двух манипулятивных речевых при-

емов прагматичного характера: приемы мистификации и стилизации под официальные сообщения из авторитетного источника – эти приемы менее всего распознавались как манипулятивные, вследствие чего соответствующее сообщение не воспринималось как спам. Таким образом, полученные данные свидетельствуют о необходимости дальнейшего усовершенствования средств борьбы с несанкционированными рассылками, а проведенный прагмалингвистический анализ спама может представлять некоторую практическую ценность как для пользователей электронной почты, так и для разработчиков сервисов интернет-коммуникаций.

Литература

1. *Спам и фишинг в третьем квартале 2016*. URL: <https://securelist.ru/analysis/spam-quarterly/29608/spam-and-phishing-in-q3-2016/> (дата обращения: 05.12.2016).
2. *Ковалев С.С., Шишаев М.Г.* Идентификация спам-рассылок на основе маршрутной информации сообщений // Труды Кольского научного центра РАН. 2013. № 5 (18). С. 138–144.
3. *Коновалова Е.Е.* Спам как вид интернет-рекламы // Право и экономика. 2010. № 9. С. 15–19.
4. *Смирнов Ф.О.* Национально-культурные особенности электронной коммуникации на английском и русском языках : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ярославль, 2004. 22 с.
5. *Дементьев В.В.* Лингвоэкология через призму речевых жанров: сфера новых «технологических» коммуникаций // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 2. С. 22–47.
6. *Лутовинова О.В.* Спам как одна из разновидностей жанра электронного письма // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 1 (57). С. 189–194.
7. *Колмогорова А.В.* Речевой субжанр «нигерийские письма» как одна из форм коммуникативной манипуляции // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 19 (1). С. 29–36.
8. *Курьянович А.В.* Письма счастья как форма манипуляции массовым сознанием // Наука и мир. 2014. Т. 2, № 4 (8). С. 83–84.
9. *Спам*. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/спам> (дата обращения: 29.11.2016).
10. *Чернявская В.Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия : учеб. пособие. М. : Флинта: Наука, 2012. 128 с.
11. *Копнина Г.А.* Речевое манипулирование : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Флинта, 2008. 176 с.
12. *Денисюк Е.В.* Феномен манипуляции: речедетельностная интерпретация // Культурно-речевая ситуация в современной России: вопросы теории и образовательных технологий : тез. докл. и сообщ. Всерос. науч.-метод. конф. Екатеринбург, 2000. С. 66–68.
13. *Лутовинова О.В.* Жанровая речевая деятельность языковой личности в виртуальном дискурсе // Инициативы XXI века. 2012. № 3. С. 170–173.
14. *Причины* попадания писем в папку «Спам». URL: <https://help.mail.ru/mail-help/spam/why> (дата обращения: 05.12.2016).
15. *Бережная Т.М.* Современная американская риторика как теория и практика манипулирования общественным сознанием : дис. ... канд. филол. наук. М., 1986. 176 с.

Сведения об авторе:

Фенина Виктория Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры английского языка Саратовской государственной юридической академии (Саратов, Россия). E-mail: vvfenix12@mail.ru

Поступила в редакцию 27 февраля 2017 г.

PECULIARITIES OF VERBAL MANIPULATION TECHNIQUES IN SPAM E-MAILS

Fenina V.V., Candidate of Philology, Associate Professor, English Language Department, Saratov State Law Academy (Saratov, Russia). E-mail: vvfenix12@mail.ru.

DOI: 10.17223/19996195/37/8

Abstract. The article is devoted to the analysis of pragmalinguistic properties of spam e-mails, namely the use in spam emails of different techniques of verbal manipulation. The aim of this study is, on the one hand, to identify and consider the verbal manipulation techniques in spam e-mails used by the authors of such e-mails, on the other hand, to analyze the impact of verbal manipulation on the recipients of spam e-mails. The research material comprises the e-mails which were automatically filtered by Mail.ru and Rambler.ru servers as "spam". The selected spam e-mails exploit the topic of finance as this topic prevails in the analyzed spam traffic. The article considers spam e-mails as a special type of the speech genre "e-mail", moreover, differences between "spam e-mails" and "e-mail marketing" are specified. Verbal manipulation in spam e-mails is defined as a relevant speech genre component; within it stands out a number of typical manipulative techniques. The latter are divided into two groups: the manipulative verbal techniques, using as a tool of manipulation pragmatic characteristics of spam e-mails and manipulative verbal techniques, the main instrument of which is the content. The article presents quantitative data on the frequency of use of the analyzed verbal manipulative techniques by the authors of spam e-mails. Finally, the article discusses the results of a linguistic survey on the perception of spam e-mails by e-mail users - on the one hand, we reveal the degree of recognition of spam e-mails in general, on the other hand, identify the verbal techniques with the greatest manipulative impact on the recipients of spam e-mails.

Keywords: verbal manipulation; verbal manipulative techniques; speech genre; e-mail; spam e-mail.

References

1. Gudkova D., Vergelis M., Demidova N. (2016) *Spam i fishing v tretem kvartale 2016* [Spam and fishing in the third quarter of 2016]. [Online] Available from: <https://securelist.ru/analysis/spam-quarterly/29608/spam-and-phishing-in-q3-2016/> [Accessed: 05.12.2016].
2. Kovalev S.S., Shishaev M.G. (2013) Identifikatsiya spam-rassylok na osnove marshrutnoy informatsii soobscheniy [Identification of spam distribution on the basis of messages' route information]. *Trudy Kolskogo nauchnogo tsentra RAN – Proceedings of Kol'sk scientific center of RAS*. 5 (18). pp. 138-144.
3. Konovalova E.E. (2010) Spam kak vid internet-reklamy [Spam as a kind of Internet advertisements]. *Pravo i ekonomika. – Law and Economy*. 9. pp. 15-19.
4. Smirnov F.O. (2004) *Natsionalno-kulturnye osobennosti elektronnoy kommunikatsii na angliyskom i russkom yazykakh* [National and cultural peculiarities of electronic communication in English and Russian]. Abstract of Philology Cand. Diss. Yaroslavl'.
5. Dementev V.V. (2015) Lingvoekologiya cherez prizmu rechevyh zhanrov: sfera novykh «tehnologicheskikh» kommunikatsiy [Linguistic ecology from the perspective of speech

- genres: sphere of new “technological” communications]. *Ekologiya yazyika i kommunikativnaja praktika*. – *Ecology of language and communicative practice*. 2. pp. 22–47.
6. Lutovinova O.V. (2008) Spam kak odna iz raznovidnostej zhanra elektronnoho pis'ma [Spam as a genre of electronic letter]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* – *Vestnik of Tomsk State University*. 1 (57). pp. 189-194.
 7. Kolmogorova A. V. (2012) Rechevoj subzhanr «nigerijskije pis'ma» kak odna iz form kommunikativnoy manipulyatsii [Speech subgenre “Nigerian letters” as a form of communicative manipulation]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*. – *Vestnik of Kemerovo State University of Culture and Arts*. 19 (1). pp. 29-36.
 8. Kurjanovich A.V. (2014) Pis'ma schastija kak forma manipuljatsii massovym soznaniem [Letters of happiness as a form of manipulating mass consciousness]. *Naukaimir*. – *Science world*. 4 (8). Vol. 2. pp. 83-84.
 9. Anon. [Online] *Spam* [Spam]. Available from: <https://ru.wikipedia.org/wiki/spam> [Accessed: 29.11.2016].
 10. Chernjanskaja V.E. (2012) *Diskurs vlasti i vlast' diskursa: problemi rechevogo vozdejstviya : uchebnoe posobie* [Power discourse and discourse power: problems of speech influence : manual]. M: Flinta: Nauka.
 11. Kopnina G.A. (2008) *Rechevoe manipulirovanie: uchebnoe posobie* [Speech manipulation: manual]. 2-nd edition. Moscow: Flinta.
 12. Denisjuk E.V. (2000) Fenomen manipuljatsii: rechedejatelnostnaja interpretatsija [Phenomenon of manipulation: interpretation from the perspective of speaking activity] // *Kulturno-rehevaja situatsija v sovremennoj Rossii: voprosy teorii i obrazovatelnyh tehnologij: tezisy dokladov i soobschenij Vserossijskoj nauchno-metodicheskoy konferentsii* – *Cultural and linguistic situation in modern Russia: issues of theory and educational technologies: theses of All-Russian scientific methodological conference*. Ekaterinburg. – pp. 66-68.
 13. Lutovinova O.V. (2012) Zhanrovaja rehevaja dejatelnost' jazyikovoj lichnosti v virtual'nom diskurse [Genre speaking activity of linguistic personality in virtual discourse]. *Initiatiivy XXI veka*. – *Initiatives of the XXI century*. 3. pp. 170-173.
 14. Anon. [Online] *Prichiny popadanija pisem v papku «Spam»* [Reasons why a letter goes into “Spam“]. Available from: <https://help.mail.ru/mail-help/spam/why> [Accessed: 05.12.2016].
 15. Berezhnaja T.M. (1986) *Sovremennaja amerikanskaja ritorika kak teorija i praktika manipulirovanija obschestvennym soznaniem* [Modern American rhetoric as theory and practice of manipulating social consciousness]. Abstract of Philology Cand. Diss. Moscow.

Received 27 February 2017